



РЕШЕНИЕ

№ 120 на ЕК от 04.10.2012 (Жалба относно рекламна кампания на БТВ „Fairplay”)

София, 04.10. 2012 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на четвърти октомври две хиляди и дванадесета година в състав:

Председател: Гриша Камбуров

Членове: Василиса Младенова
Емилия Клайн
Емилиян Арнаудов
Виолета Манолова
Румяна Карлова
Жанет Захариева
Мелания Рашева
Мария Гергова
Деница Сачева
Мехти Меликов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Виолета Манолова преписка, образувана по Жалба № 284 от 07.08.2012 г., Жалба № 285 от 08.08.2012 г., Жалба № 287 от 13.08.2012 г. и Жалба № 288 от 15.08.2012 г. относно рекламна кампания на БТВ „Fairplay”.

Жалба

На 7 август 2012 г. в НСС постъпва жалба от Б.Н., регистрирана под № 283, относно относно рекламна кампания на БТВ „Fairplay”.

На основание чл.12.4 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България Председателят на Етичната комисия (ЕК) е определил за докладчик по преписката Виолета Манолова.

В своята жалба жалбоподателят посочва, че рекламната кампания е неподходяща за деца и злоупотребява с насилие. Рекламната кампания “Fair Play” има за основна цел да покаже, че всеки труд трябва да бъде заплащан. Жалбоподателят приема това твърдение и няма нищо против идеята на телевизията. Според него обаче, криейтивът на рекламната кампания носи две много негативни послания за днешното общество и младото поколение, а именно:

1. Според авторите на кампанията, когато някой открадне от мен, и аз мога да открадна от него. В конкретният случай – актьорът Асен Блатечки „краде” от негов фен или потребител, защото той е откраднал от него. Т.е. според автора на кампанията, тези действия са нормална реакция на всеки засегнат, и са част от едно изградено християнско и демократично общество.

2. Съзнателно или не, но авторите на кампанията са прокарали идеята, че когато ни сполети зло, трябва да се отговори подобаващо, а не да се потърси съдействие от органите, които отговарят и контролират това. Т.е. авторите подтикват към саморазправа, елиминирайки значението на правооъдителните и правораздавателните органи в държавата. Рекламната кампания не учи младото поколение, че всеки труд се заплаща и че всеки носи отговорност за действията си, каквато трябва да е реалната цел на кампанията, а напротив: когато направим нещо лошо, няма съд и закони, независимо дали сме виновни или не, а съществува чиста саморазправа и кражбата, което явно е нещо нормално.

Жалбоподателят не е приложил доказателства и не се е позовал на конкретен текст от Етичния кодекс, който е нарушен.

На 8 август 2012 г. в НСС постъпва друг жалба от Д.С. от гр. София, регистрирана под № 285, относно относно рекламна кампания на БТВ „Fairplay”, определена като злоупотреба със страх или насилие. Според жалбоподателя във въпросната кампания има подбудителство към извършване на престъпление - за справка НК - а именно кражба на автомобил. Кампанията вмениява чувство на вина за изтеглен филм/музика за лична употреба, докато Законът за авторските и сродните му права гласи обратното.

Жалбоподателят не е приложил доказателства и не се е позовал на конкретен текст от Етичния кодекс, който е нарушен.

На 13 август 2012 г. в НСС постъпва аналогична жалба от Г.И., регистрирана под № 287, относно относно рекламна кампания на БТВ „Fairplay”, определена като подвеждаща и заблуждаваща.

Жалбоподателят счита, че клипът е изключително опасен, защото целенасочено и методично въвежда публиката в дълбоко заблуждение. Освен склоняването към престъпления, чрез него се опитва да бъде поставен знак на равенство между две противоположни деяния - едното разрешено от закона, а другото - наказуемо с принудително лишаване от свобода. При кражбата има отнемане на собственост, която собственикът не може да използва повече, а при тегленето – не. Поради това тегленето не може да се квалифицира юридически като кражба – и не се смята за такава от никой закон. Още повече, при кражбата има действия спрямо физическа собственост, а при тегленето – спрямо интелектуалната. Това са две коренно различни неща, които имат напълно различен правен режим, а и за тях важат съвсем различни закони.

Явно според БТВ кражбата на кола е нещо нормално и даже, заслужаващо пропаганда като отговор на... например на тегленето на музика на същия този безизвестен певач?!?! , се казва в жалбата. Тегленето на музика и филми и други авторски творби за собствена употреба и с нетърговска цел, е изрично РАЗРЕШЕНО и определено не е престъпление. За справка Закона за авторското право и сродните му права (виж чл.25, ал.2). Кражбата е престъпление по НК (чл. 194, ал. 1) и се наказва с лишаване от свобода до 8 години. Героят в клипа, Криско, всъщност се оправдава, че няма намерение да открадне колата на жената, а само да се повози на нея. Това се нарича „противозаконно отнемане на МПС”. И също е престъпление по НК (чл.346). Наказанието и там е затвор плюс конфискация на имущество. Внушението, създадено от клипа, че краденето/отнемането на кола „е честно”, т.е. нормално, законно и обществено

приемливо, може да бъде разглеждано като подбудителство, което също се води престъпление по НК (чл. 20, ал.3)”, продължава авторът.

Жалбоподателят не е приложил доказателства и не се е позовал на конкретен текст от Етичния кодекс, който е нарушен.

На 15 август в НСС постъпва и четвърта жалба от Б.Д. от гр. София, регистрирана под № 288, относно рекламна кампания на БТВ „Fairplay”. В жалбата жалбоподателят преразказва сюжета на клипа: „Криско с весела компания противозаконно отнема колата на наречената в клипа Катя като компенсация за това, че въпросната била „теглила” от интернет негови „парчета” и обещава да ѝ я върне „утре в МОЛ-а”. След като клипът свършва, дикторски глас произнася: „Така е честно!”.

Въпросният клип внушава няколко неща, които са в противоречие с правни и морални норми: клипът внушава, че лице, което се е почувствало обект на посегателство, може да поеме търсенето и налагането на справедливост по свое усмотрение. В конкретния случай „тегленето” на музика и филми от интернет се „наказва” с противозаконно отнемане на автомобил.

Чл.323 , ал. 1 от НК, който разглежда случаите на самоуправство гласи:

Който самоволно, не по установения от закона ред, осъществи едно оспорвано от друго свое или чуждо действително или предполагаемо право, се наказва в немаловажни случаи с лишаване от свобода до пет години и глоба до хиляда лева”. Свалянето на произведения, обект на авторското право от интернет е регламентирано в чл. 25 на ЗАПСП, чийто текст гласи:

(Изм. - ДВ, бр. 77 от 2002 г., в сила от 01.01.2003 г.) (1) (Изм. - ДВ, бр. 99 от 2005 г., в сила от 10.01.2006 г.) Без съгласието на носителя на авторското право, но при заплащане на справедливо компенсационно възнаграждение е допустимо:

1. възпроизвеждането с нетърговска цел на отпечатани произведения, с изключение на нотни материали, върху хартия или друг подобен носител чрез репрографиране или друг способ, осигуряващ подобен резултат;

2. възпроизвеждането на произведения, независимо върху какъв носител, от физическо лице за негово лично използване, при условие че не се извършва с търговска цел.

Съставът на чл. 346 , ал 1 е пределно конкретен:

(Изм. - ДВ, бр. 107 от 1996 г., изм. - ДВ, бр. 62 от 1997 г.) Който противозаконно отнеме чуждо моторно превозно средство от владението на друго без негово съгласие с намерение да го ползва, се наказва с лишаване от свобода от една до осем години.

Казусът е следният: във въпросния клип за нарушение на ЗАПСП (незаплащане на справедливо компенсационно възнаграждение, което е административно нарушение и следва да се накаже с глоба), героят – Криско - извършва две престъпления, които са разгледани в НК – самоуправство и противозаконно отнемане на МПС.; клипът внушава, че поемането на справедливостта в свои ръце е част от купона и не представлява никакъв проблем; клипът внушава, че „Така е честно!”, което звучи като глас зад кадър;

И двата клипа от кампанията „Феър плей” съдържат опасни послания, като се поставя знак на равенство между свалянето на музика, филми и др. произведения, обект на ЗАПСП и престъпни състави, описани в НК. Трябва ясно да се отграничат двете неща. Свалянето от интернет на музика и филми за лична употреба не е кражба и в никой закон в България и страните от ЕС не се разглежда като такава. Докато незаконното проникване в дома (от героя на Асен Блатечки в първия клип на кампанията Феър плей) и противозаконното отнемане на МПС във втория клип са престъпления навсякъде в цивилизования свят.

Жалбоподателят не е приложил доказателства и не се е позовал на конкретен текст от Етичния кодекс, който е нарушен.

Процедура

Четири жалби относно рекламна кампания на БТВ „Fairplay са допустими по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 12 август 2012 г. е открита процедура, регистрирана под № 147, която обединява и четирите жалби. Последователно е поискано становище от ответната страна – „БТВ медиа груп” ЕАД, което постъпва в НСС в изискуемия срок.

Становище на ответната страна

Становището на ответната страна по жалбите - „БТВ медиа груп” ЕАД е поискано и постъпило в срок, изготвено и подписано от упълномощено лице.

В отговора по жалбите „БТВ Медиа Груп” АД излага три основни възражения.

Първото от тях съставлява оспорване на компетентността на Етичната комисия да разгледа и да се произнесе по жалбите, тъй като кампанията „Fairplay” представлява комуникация по важни за обществото теми и не е свързана с търговски интерес на медията, нито с търговски интерес на който и да е от партньорите. „Широката партньорска мрежа и безвъзмездното излъчване на посланията на кампанията в платформите на споменатите медии, които по своята същност са конкуренти, убедително доказва, че кампанията „Fairplay” е обществено значима и не е обвързана с корпоративни интереси на една компания или марка, съответно попада извън обхвата на Етичния кодекс”- цитат от отговора.

На това основание „БТВ медиа груп” АД иска прекратяване на производствата по жалбите с номера, посочени по-горе.

На второ място „БТВ Медиа Груп” ЕАД иска жалба с № 285 да се остави без разглеждане, тъй като не отговаря на изискванията на чл. 9.1.б.”в” от Правилника за приложение на НЕПРТК - не е ясно в какво се състои искането, не съдържа изложение на обстоятелствата, на които се основава жалбата; жалбата е бланкетна и в нея не са посочени подробности и сериозни аргументи.

На трето място в отговора медията излага аргументи, почерпени от Наказателния кодекс и от ЗАПСП, от които прави извод, че тегленето на файлове безплатно от торент сайтовете е криминално деяние и се наказва според чл. 172а от Наказателния кодекс, а в маловажни случаи – с административно наказание по ЗАПСП.

Изтъква се, че чл.25 от ЗАПСП не дава право на безплатно теглене на файлове дори за лична употреба и в този смисъл аргументите на жалбоподателите са неверни и неправилни. В отговора се казва:

„Кампанията е насочена към всички хора, които имат достъп до интернет/накр.”потребителите”/ и за които потенциално съществува възможността да извършат закононарушение, като свободно споделят и използват обекти на авторското право. Излъчваните съобщения не целят поставянето на знак на равенство между свалянето на съдържание от интернет и кражбата, нито пък целят да подбудят някого към извършване на престъпление. Излъчените съобщения целят единствено да привлекат общественото внимание и посочат на зрителя, че и двете деяния не са редни и противоречат на законови разпоредби.

Основното послание на кампанията е по приятен и забавен начин да накара зрителите да се замислят, че всеки път, когато теглят безплатно музика и филми от интернет, ощетяват творците, които харесват, както и ограничават възможността за създаване на нови български оригинални продукции. С излъчването на клиповете се цели да се иронизира широко застъпеното в общественото пространство схващане, че всичко, до което имаме достъп в

интернет, е бесплатно и може да бъде свободно и неограничено споделяно и използвано. В повечето случаи потребителите не съзнават, че не притежават законното право да разпространяват споделените от тях материали, защото много често те са обект на авторско право. Безобидното на пръв поглед споделяне се превръща в порочна практика за нерегламентирано разпространение на съдържание, а това не се осъзнава от потребителя като обществено вредно и неразрешено от закона действие. В творческата концепция на клиповете се използват типичните за рекламата похвати като провокация, метафора и хипербола, за да осъзнаят потребителите вредата от интернет пиратството, като именно чрез тези рекламни похвати се прави паралел между него и поредица от реални житейски ситуации, които хората осъзнават като нередни. В излъченото няма нито насилие, нито саморазправа, зрителят е наясно, че в реалния живот е невъзможно да се разиграе сценарият от клипа.

Кампанията „Fairplay” е определена от жалбоподателя на жалба № 284 като „неподходяща за деца” и като такава, която „злоупотребява с насилие”. Медията счита, че това е чисто субективно възприятие на жалбоподателя, което не отговаря на истината и не следва да бъде споделяно от Етичната комисия.

Посланията на кампанията не могат и не бива да се тълкуват изолирано, извън контекста на цялостната информационна и образователна стратегия. Подетата информационна кампания е част от дългосрочна стратегия и излъчените материали представляват само първата част от концепцията за въздействие и промяна на обществените нагласи .

„БТВ медия груп” АД настоява жалбите да бъдат отхвърлени като неоснователни.

Решение

Етичната комисия намира и четирите жалби за основателни по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Етичната комисия обсъди предложението на член на комисията за отвод на Мехти Меликов по съответната преписка. След проведена дискусия Комисията реши, че основанията за отвод са налице.

Мотиви

Етичната комисия е на мнение, че процесната търговска комуникация е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България – чл.1.1. във връзка с чл.1.2.:

Чл.1.1. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото.

Чл. 1.2. Всяка търговска комуникация трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива.

Независимо от този факт Етичната комисия счита, че идеята на „БТВ Медия груп” ЕАД за рекламната кампания „Fairplay” е благородна и безспорно полезна, тъй като основното послание на кампанията е да накара зрителите да се замислят, че когато теглят бесплатно музика и филми от интернет, ощетяват творците, които харесват, и ограничават възможността за създаване на нови български оригинални продукции. Но тъй като става дума за голяма национална медия с голямо обществено присъствие и значение и съответно с голяма отговорност клипът с начина на поднасяне на проблема обезмисля неговата иначе благородна цел.

Що се отнася до възражението на „БТВ Медиа груп“ ЕАД за липса на компетентост на Етичната комисия да се произнесе по жалбите поради това, че рекламното съобщение няма търговски характер Етичната комисия намира възражението за неоснователно и като такова следва да се остави без уважение.

Етичният кодекс се състои от три части – Въведение, Общи правила и Дефиници /Приложение/, които представляват неделима цялост. Разпоредбите на Общите правила се тълкуват и прилагат според принципите, изложени във Въведението и според дефинирането на понятията, направено в Приложението.

Според обхвата на кодекса, определен във Въведението, той се прилага и за социална реклама и такава, свързана с благотворителност, спонсорство и пр. „Социална реклама“ означава рекламно съобщение, което цели да формира обществено мнение /Дефиниции/.

Ето защо правилата на Етичния кодекс са приложими и по отношение на социалната реклама, каквато без съмнение представлява кампанията на БТВ “Fairplay”, а оттук следва и компетентостта на Етичната комисия да се произнесе по жалбите срещу тази кампания.

Във връзка с възражението на „БТВ Медиа груп“ ЕАД да бъде оставена без разглеждане жалба с вх.№ 285 поради непълнотата ѝ, Етичната комисия е на мнение, че то също не е основателно. Жалбата действително не е подробно обоснована, но все пак съдържа достатъчно информация, за да може да бъде разгледана, особено в комплект с останалите жалби.

Темата за законосъобразността и етичността при безплатното теглене на файлове с музика, филми и други обекти на защитени права, е сложна и наситена с много противоречиви аргументи от всякакъв характер. Не е задача на Етичната комисия да реши дали поведението на потребителите на безплатните сайтове и на торент сайтовете е укоримо от гледна точка на НК и ЗАПСП. Безспорно кампанията на БТВ има своето основание. Въпросът, който Етичната комисия решава, е дали формата, в която е поднесено социалното послание, е адекватна, социално отговорна и почтена към зрителите и дали нарушава конкретни ограничителни разпоредби на Етичния кодекс.

Според квалификациите на жалбоподателите като относими текстове от Етичния кодекс към съдържанието на рекламните съобщения могат да се посочат чл. 4.6., 4.7 и 5.1.

Чл.4.6. Търговската комуникация не трябва да съдържа, толерира или подбужда насилствено, незаконно или противообществено поведение.

Чл.4.7. Търговската комуникация не трябва да съдържа, толерира или подбужда заплахата за живота и здравето на човека, за природата и животните или за личното или обществено имущество.

Чл.5.1 Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение.

Разумният зрител разбира, че в творческата концепция на клиповете са използвани похвати като хипербола, провокация и метафора. Поради това е трудно да се приеме, че рекламните съобщения подтикват към кражба или противозаконно влизане в чужд имот – незаконно, насилствено и противообществени деяния по смисъла на чл. 4.6. от Етичния кодекс. По същите съображения рекламните не са в състояние да възбудят страх за живота или имуществото на зрителя, нито да въведат зрителя в заблуждение относно правомерността на двете действия - кражба или противозаконно влизане в чужд имот. По тази причина не са налице нарушения на чл. 4.6 и 4.7 и чл.5.1 от Етичния кодекс.

В същото време Етичната комисия приема мнението на един от жалбоподателите, че клипът внушава, че поемането на справедливостта в свои ръце е нещо естествено, нормално и разрешено и не представлява никакъв проблем; клипът внушава, че „Така е честно!“ - послание, което звучи като глас зад кадър.

Именно внушението, че всеки засегнат има „честното право“ да отвърне с лични незаконни действия и по този начин да възстанови „справедливостта“, както и че това е забавно и правилно, не е нито социално отговорно, нито вярно. Вероятно клиповете няма да въведат в заблуждение средния зрител, че кражбата на кола и противозаконното влизане в друг имот са оправдани действия, но те ерозират, а не подхранват усещането за ред и законност и съобразяването с правилата, което е основата на социалния ред. Центърът на посланието е изместен, защото се внушава, че саморазправата е честно действие. Сценарият на клиповете ясно внушава, че незаконното сваляне на филм е все едно да ти откраднат храната от хладилника, като преди това влязат незаконно в къщата. В другия сценарий незаконното сваляне на песни е приравнено с кражба на автомобил. И в двата случая „провинените граждани“ приемат мълчаливо противозаконните деяния, защото „така е честно“. В случая използваният подход не отговоря на високите претенции за обществена справедливост и уважение към труда на творците със свободни професии, които рекламната кампания си поставя.

Съгласно чл.17.5. от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България решението с мотивите следва да се изпрати на заинтересованите страни.

Решението подлежи на обжалване при реда и условията на чл.18.1 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ:

(п) Гриша Камбуров

ПРИЛОЖЕНИЕ:

http://youtu.be/2O7eC3rt_4A